



**SEMINARNASIONAL  
IMPLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN KUALITAS ISO 9001-2008 DAN IWA 2 DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN KUALITAS DOSEN DAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UPN  
“VETERAN” JAWA TIMUR  
Surabaya, 10 Desember 2009**

## **FAKTOR BRAND IMAGE MEMOTIVASI MAHASISWA UNTUK MEMASUKI JURUSAN MANAJEMEN DI UPN “VETERAN” JAWA TIMUR**

**Dwi Widajati**

### **ABSTRAK**

Brand Image atau citra merupakan anggapan tentang merek yang direfleksikan oleh asosiasi merek yang berpegang pada ingatan konsumen. Untuk memotivasi hal itu, dengan cara mempertahankan brand image UPN “Veteran” jurusan manajemen yang telah terbentuk.

Penelitian ini menggunakan sampel semua mahasiswa fakultas ekonomi angkatan 2008/2009 di UPN “Veteran” Jatim. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Brand Image dapat memotivasi mahasiswa angkatan 2008/2009 untuk memilih jurusan manajemen UPN “Veteran” Jawa Timur.

### **PENDAHULUAN**

Pentingnya pendidikan ini juga dirasakan oleh perusahaan besar maupun kecil dalam mencari karyawan baru, dengan selalu memberikan kriteria – kriteria tertentu sebagai syarat. Salah satu kriteria yang dicantumkan adalah pendidikan. Dalam hal ini pada umumnya perusahaan membatasinya contoh : minimal SLTA/D3. Dengan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, perusahaan akan mencari seseorang yang benar-benar siap mengaplikasikan pendidikannya dan berdedikasi tinggi serta siap terjun dalam dunia kerja.

Berdasarkan data yang didapat dari situs harian Kompas, diketahui bahwa jumlah perguruan tinggi swasta PTS di Surabaya yang terdaftar sebanyak tujuh puluh lima, dan jumlah ini diyakini akan terus bertambah. Dengan semakin bertambahnya jumlah universitas – universitas swasta yang ada di Surabaya ini menyebabkan persaingan mereka semakin ketat, terutama persaingan dalam memperoleh calon – calon mahasiswa baru. UPN “Veteran” Jatim menyadari akan pentingnya hal tersebut. Hal ini tampak dari apa yang sudah dilakukan oleh UPN “Veteran” Jatim. Mulai perekrutan calon mahasiswa baru dari tiap – tiap sekolah yang lebih dini (bahkan sebelum pelajar tersebut dinyatakan lulus dari bangku SMA), dan promosi yang dilaksanakan lewat pameran (Openhouse). Setelah beberapa metode ini diterapkan oleh UPN “Veteran” Jatim, ternyata mendapatkan respon cukup positif. Hal ini terlihat pada banyaknya jumlah pengunjung dan pendaftar. Namun ternyata yang betul-betul menjadi mahasiswa tidak sesuai dengan jumlah pendaftar.

Dari beberapa jurusan yang ditawarkan oleh UPN “Veteran” Jatim terdapat satu jurusan yang banyak mengundang perhatian yaitu jurusan Manajemen. Walaupun demikian, jurusan manajemenpun mengalami hal yang sama yaitu yang betul-betul menjadi mahasiswa tidak sesuai dengan jumlah pendaftar.

Walaupun itu semua terjadi, ada satu hal yang menarik untuk dipertimbangkan yaitu minat yang cukup tinggi dari calon mahasiswa berdasarkan kenyataan yang terjadi dari tahun – ketahun, yaitu jumlah mahasiswa jurusan manajemen selalu paling banyak dibandingkan dengan jurusan lainnya. Sehingga jadilah jurusan manajemen menjadi jurusan favorit, maka jurusan manajemen UPN “Veteran” Jatim harus mempertahankan yang telah ada sekarang yaitu bagaimana memotivasi untuk memilih jurusan manajemen. Untuk memotivasi hal itu, dengan cara mempertahankan brand image UPN “Veteran” jurusan manajemen yang telah terbentuk.



**SEMINARNASIONAL  
IMPLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN KUALITAS ISO 9001-2008 DAN IWA 2 DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN KUALITAS DOSEN DAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UPN  
“VETERAN” JAWA TIMUR  
Surabaya, 10 Desember 2009**

Brand Image atau citra merupakan anggapan tentang merek yang direfleksikan oleh asosiasi merek yang berpegang pada ingatan konsumen. Teori ERG merupakan suatu teori dimana urutan kebutuhan Maslow diurutkan atau disusun kembali secara lebih dekat dengan penelitian empiris, yang didalamnya juga mengandung kebutuhan psikologis, keamanan, sosial, harga diri, dan aktualisasi diri. *Existence* merupakan gabungan antara kebutuhan fisiologis dengan kebutuhan akan rasa aman. *Relatedness* merupakan kebutuhan sosial, dimana terdapat rasa saling membutuhkan antara manusia yang satu dengan manusia yang lain, mengingat manusia adalah makhluk sosial, *Growth* merupakan gabungan antara kebutuhan akan pengakuan orang lain atas harga diri seseorang dengan kebutuhan akan aktualisasi diri.

Penelitian ini mengarah kepada mahasiswa jurusan Manajemen UPN “Veteran” Jatim angkatan 2008/2009, hal ini karena angkatan 2008/2009 merupakan mahasiswa baru yang sudah merasakan menjadi mahasiswa di UPN “Veteran” Jatim dan pandangan dan motivasi mereka memilih jurusan manajemen di UPN “Veteran” Jatim bisa dikatakan masih “fresh” atau belum “terkontaminasi.”

### **BAHAN DAN METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian tentang Faktor Brand Image Motivasi Mahasiswa Untuk Memilih Jurusan Manajemen Di UPN “Veteran” Jatim Di Surabaya

#### **Sumber Data**

Dalam melakukan penelitian ini digunakan data primer yang didapat dari pembagian kuesioner di Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Jatim

#### **Populasi**

Populasi penelitian adalah semua mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2008-2009 di Universitas Pembangunan Nasional Surabaya yang berjumlah sekitar 200 mahasiswa..

#### **Teknik Penentuan Sampel**

Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modelling yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel (Ghozali: 2001) Statistik yang terkait dengan bantuan Amos Versi 5.0

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Base Model SEM**

Keputusan kesesuaian model digunakan kriteria *Goodness of Fit Indices* pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Kriteria *Goodness of Fit Indices Full Model* – Modifikasi

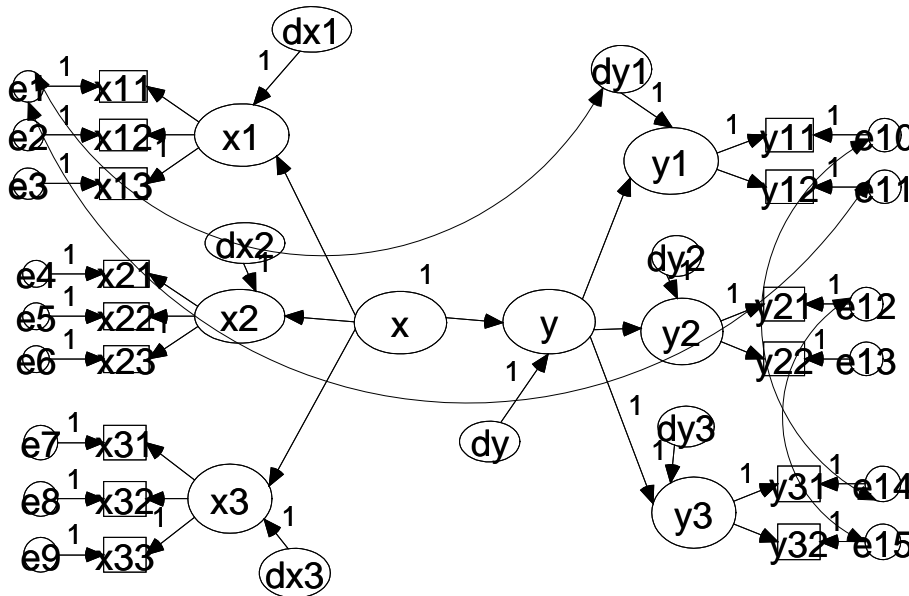
<i>Goodness of Fit index</i>	<i>Cut off value</i>	Hasil analisis	Evaluasi Model
Chi square	Kecil	84,402	
Signifikansi	$\geq 0,05$	0,318	Fit
CMIN/df	$\leq 2,00$	1,068	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,024	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,919	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,877	Kurang Baik



SEMINARNASIONAL  
IMPLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN KUALITAS ISO 9001-2008 DAN IWA 2 DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN KUALITAS DOSEN DAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UPN  
“VETERAN” JAWA TIMUR  
Surabaya, 10 Desember 2009

TLI	$\geq 0,95$	0,985	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,989	Baik

Setelah dilakukan modifikasi, dihasilkan nilai Chi-Square sebesar 84,402 dengan nilai probabilitas (p) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 ( $p = 0,318$ ) hal ini berarti bahwa matriks varian-kovarian populasi sama dengan matriks varian-kovarian model yang diestimasi, dengan kata lain bahwa model sudah sesuai (fit). Selain itu, empat nilai kriteria *Goodness of Fit* menunjukkan tingkat penerimaan yang baik.



Gambar 1 : Model Modification SEM

### Uji Hipotesis

Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang ada, maka dilakukan dengan melihat nilai *regression weights* pada kolom CR yang dihasilkan oleh program AMOS 5. Hasil estimasi untuk parameter masing-masing variabel eksogen terhadap variabel endogennya ditampilkan berikut ini :

Nilai Regression Weights					
			Standardized Estimate	CR	Prob
Y	<---	X	0,613	2,406	0,016

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa *brand image* (X) berpengaruh signifikan terhadap motivasi (Y), dilihat dari nilai CR sebesar 2,406 dengan probabilitas sebesar 0,016 ( $\text{sig} < 5\%$ ). Sehingga hipotesis penelitian ini teruji kebenarannya.



**SEMINARNASIONAL  
IMPLEMENTASI SISTEM MANAJEMEN KUALITAS ISO 9001-2008 DAN IWA 2 DALAM UPAYA  
MENINGKATKAN KUALITAS DOSEN DAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UPN  
"VETERAN" JAWA TIMUR  
Surabaya, 10 Desember 2009**

Pengujian hipotesis pengaruh *brand image* (X) terhadap motivasi (Y) terbukti. Dapat dikatakan bahwa *brand image* yang dibentuk oleh *favorability* (diukur dari unit pendukung, dosen berkualitas dan profesional, proses belajar mengajar yang nyaman), *Strength* (diukur dari bangunan yang megah, biaya perkuliahan yang terjangkau, kedisiplinan yang tinggi), *uniqueness* (diukur dari memperoleh pengetahuan dan pendidikan yang berkualitas, lulusan yang diakui, mampu bersaing dengan perguruan tinggi yang lain) dapat memotivasi mahasiswa dalam memilih jurusan manajemen yang dibentuk oleh *Existence* (diukur dari mahasiswa merasa aman karena banyak latar belakang yang sama), *relatedness* (diukur dari jurusan manajemen dapat untuk menjalin hubungan antar mahasiswa dan hubungan jaringan bisnis), *growth* (diukur dari jurusan manajemen dapat dipakai sebagai tempat ilmu pengetahuan dan aktualisasi diri). Pada indikator jurusan manajemen memiliki letak lokasi yang aman karena lokasinya jauh dari pusat kota tidak dapat mengukur dimensi *existence*, karena pada kenyataannya dengan lokasi yang jauh dari pusat kota mahasiswa merasakan itu sebagai kendala.

### **KESIMPULAN**

*Brand Image* dapat memotivasi mahasiswa angkatan 2008/2009 untuk memilih jurusan manajemen UPN "Veteran" Jawa Timur

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, David A (1997), *Manajemen Ekuitas Merek*, Edisi ke-1, Mitra Utama Jakarta  
Cooper, Donald R And Emory, C William, 1996, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi ke-5, Erlangga, Jakarta  
Cooper And Schindler. 2001, *Research Methods*, Internasional Edition, USA, The Dryden Press  
Durianto, Darmadi, Sugianto dan Tony Sitinjak, 2001 "Strate Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek " PT Gramedia Pustaka, Jakarta  
Evans, Joel R And Paul Gordon W 1992, "Marketing", Mac Millan Publishing Company, fith Edition  
Gibson James L 1897, "Organisasi Dan Manajemen Perilaku Struktur dan Proses," edisi Ke empat, Erlangga Jakarta  
Handoko T. Hani 1999, "Manajemen" Edisi Ke 2, BPFE, Yogyakarta  
Kotler, Philip 1997, "Marketing Manajemen" Prentice Hall Internasional Edition A Simon & Schuster Company, Ninth Edition  
Manullang, 2001, "Manajemen Personalial", Cetakan Pertama, Gajah Mada University Pustaka Utama, Jakarta  
Rangkuti, Freddy 2002, "The Power or Brand", Teknik pengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta  
Robbins, Stephen P, 2001. "Organizational Behavior, Prentice Hall Internasional Inc, Ninth Edition  
Schiffman, leon G Lesle I Kanuk. 1991, "Consumer Behavior", Prentice Hall, New Jersey, FourtyEdition  
Sugiyono 2003, "Metode Penelitian Bisnis" Penerbit CV Alfabeta, Bandung